大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略探讨

王跟萍
（甘肃省天水市武山县融媒体中心，甘肃 天水 741000）

摘 要：科学技术的发展和新媒体技术的创新促使媒体领域出现了相应的变化，传统媒体与新媒体的融合发展成为媒体行业的主要发展趋势，对媒体领域的创新发展产生了巨大的影响。本文结合大数据时代的背景，对传统媒体与新媒体的融合发展进行了系统的探究，旨在能顺应传统媒体与新媒体融合发展的态势，加快媒体行业的发展进程，使新时代媒体行业的发展能与时代发展背景相适应。

关键词：大数据背景；融合特点；内生动力；精准定位；开发渠道　　**中图分类号：** G206　　**文献标识码：** A
文章编号：1671-0134（2022）02-067-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.02.019
本文著录格式：王跟萍．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略探讨 [J]. 中国传媒科技，2022（02）：67-69.

在大数据时代背景下，传统媒体与新媒体的融合成为时代发展潮流，并且在大数据技术的支撑下，传统媒体与新媒体的融合表现出全新的发展状态，这为媒体行业的发展提供了良好的支持。因此在新媒体环境下，结合大数据技术的发展和在媒体领域的广泛应用，应该系统把握大数据技术的影响，对传统媒体与新媒体的融合发展进行系统的探究，构建新的媒体行业发展规划体系，促进全新媒体组织规划模式的构建，从而提高媒体行业的综合影响力，为新时代背景下媒体行业实现创新发展的目标奠定基础，加快媒体现代化建设发展的总体进程。

1. 大数据时代传统媒体与新媒体融合的特点

大数据时代背景下，传统媒体与新媒体的融合发展表现出新的特点和趋势，在对传统媒体与新媒体融合发展进行研究的过程中，要注意把握大数据时代的影响，对传统媒体与新媒体的融合进行系统的探究，从而逐步构建完善的媒体融合发展规划体系，加快新时代媒体融合发展进程。对大数据时代传统媒体与新媒体融合发展的特点进行探究，发现主要表现出以下特色。

1.1 功能日趋完善，体验更加丰富

大数据技术在媒体领域的应用使新媒体的传播形式表现出即时性的特点。较之传统媒体，新媒体可以获得更为广泛的用户群体，信息传播的范围也更加广泛，信息依托互联网平台实现了大范围的传播。大数据技术的合理化应用，能为传统媒体在信息时代的发展提供良好的支持，发挥大数据技术的支撑作用，传统媒体在探寻与新媒体融合发展的过程中，主要服务功能日趋完善，受众也能获得更加丰富的体验，从而促使传统媒体在寻求与新媒体合作发展的过程中，能实现高质量发展的目标，能在整体上产生更大的影响力。[1]

1.2 受众逐渐拓展，价值显著提升

在大数据背景下，传统媒体探索与新媒体的融合，在对发展模式进行整合的基础上，传统媒体和新媒体的受众都能够表现出明显的拓展态势，信息在更加广泛的范围内传播，媒体的影响力、综合价值等会得到明显的拓展和延伸，为新时代背景下媒体行业的发展提供良好的支持。

1.3 互动日渐增强，信息逐步碎片化

新媒体的发展能对碎片化的信息进行收纳和分享，新媒体与传统媒体融合发展的过程中，在大数据信息技术的支持下，信息的传播更加注重互动性，为受众创造互动空间，成为信息传播的要点和核心内容。同时，新媒体和传统媒体都能实现对碎片化信息的整理和利用，信息整合能力更强，可以根据受众需求的变化对信息进行调整和归纳，从而提高信息传播的综合影响力，为新时代背景下新闻信息实现高质量发展的目标奠定基础。[2]

2. 大数据时代传统媒体与新媒体融合的内生动力

在大数据背景下，传统媒体与新媒体的融合发展，已经逐渐发展成为媒体领域的必然发展态势，这是多种动力共同驱动的成果。对大数据时代背景下传统媒体与新媒体融合的内生动力进行分析后发现，主要动力涉及舆论驱动力、技术驱动力等。

2.1 舆论驱动力

社会舆论导向对媒体的融合发展产生了重要的影响，在大数据时代背景下随着信息的流速逐渐增强，受众对信息传播的要求也明显提升，传统媒体信息传播工作要想获得受众的支持和认可，就要重视社会需求的转向，结合社会舆论的需求探索传统媒体与新媒体的有机融合，加快传统媒体传播方式向多媒体模式转型发展，从而创新媒体信息传播的方式，实现广播电视、报刊传播与网络传播的有机融合，提升媒体传播的综合影响力，在媒体传播的基础上更好地应对社会公众的信息诉求，从而提高媒体行业的发展综合成效。

2.2 技术驱动力

技术驱动力是推动传统媒体与新媒体融合发展的内

生动力。在大数据时代背景下，技术的变革和互联网信息技术在媒体领域的广泛应用，使互联网时代信息技术的发展受到高度重视，技术的创新成为主流，这就要求传统媒体和新媒体在探索融合发展的过程中，应该基于技术的创新构建新的媒体信息传播模式，为群众提供高质量的媒体信息服务。如在传统媒体信息传播工作中，可以借助 App 技术、人工智能技术、虚拟现实技术、直播技术等的应用实现与新媒体的融合，为受众提供更好的视听体验，从而促进传统媒体和新媒体在融合发展的基础上实现全面创新发展的目标。[3]

3. 大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展的战略

在大数据时代背景下，传统媒体与新媒体的有机融合已经成为媒体行业发展的重要趋势，这对传统媒体和新媒体的发展提出了新的要求。因此在新时代背景下，为了促进媒体行业实现创新发展，就要重点针对传统媒体与新媒体的融合发展进行系统的探究，促进媒体融合新模式的构建，发挥大数据技术的应用优势，切实提高媒体融合综合发展成效。下面就结合大数据背景，对传统媒体与新媒体的融合发展战略进行系统的探究。

3.1 精准化定位，解读传统媒体实质

在促进传统媒体与新媒体融合发展的过程中，要对融合的点进行精准化定位，选取合适的切入点确定融合方案，提高融合发展成效，保障新时代背景下基于大数据技术的应用，传统媒体与新媒体的融合能产生良好的发展效能。[4]

首先，要坚持系统化的思维，从全媒体语境入手，对传统媒体与新媒体融合发展的问题进行系统的分析，确保能对媒体融合发展进行系统的探究，可以从媒体融合共生的角度探寻新的发展路径，从而提高媒体发展效能，确保在媒体融合发展的基础上，形成阶段的影响力。在此过程中，要针对受众的需求进行系统的分析，选取受众感兴趣的内容对传统媒体与新媒体的融合传播方向进行分析，按照需求定位盘活媒体资源，促使传统媒体资源和新媒体资源的融合应用，提高媒体融合发展的综合效果，增强信息传播对受众的吸引力，从而提高媒体融合的整体发展水平。

其次，细化目标受众，按照目标受众需求寻求融合发展路径。在传统媒体与新媒体寻求融合发展的过程中，要注意对目标受众的需求进行分析，把握大数据时代背景下目标受众需求的动态变化情况，探索合适的媒介定位，从而对目标受众进行准确的分析并结合目标受众的需求点选取合适的融合转型定位，制定能不断层级化、精细化的信息传播工作体系，在传统媒体与新媒体融合发展的过程中，有效实现理论和实践的逻辑自洽，提高媒介融合的发展成效，有效提升媒介融合工作的综合影响力。[5]

最后，精心规划成本，对融合成本进行有效控制。我国媒体现阶段实施企业化管理模式，媒体在经营发展过程中探索市场经营逻辑的引入，即成立传媒公司，将部分业务交付公司运作，按照比例将公司的盈利用于平台的维护发展，这要求媒体平台在创造巨大的经济、社会效益时，在开展媒体融合发展的过程中，要重点坚持社会效益第一的原则，能在探索融合发展的过程中，把握大数据技术的应用，实现对媒体资源的有效盘活，通过融合发展对经营成本进行控制，从而增加效益，促进媒体融合的市场竞争力得到显著提高。

3.2 坚持数字第一，构建个性化服务体系

大数据时代背景下传统媒体与新媒体的融合发展应该探索数字化服务体系的构建，只有积极加强对信息技术的应用，构建信息化的、数字化的综合服务模式，才能在数据技术的支撑下建设个性化的服务体系，从而提高服务工作的综合发展效能。[6] 在实际促进服务工作优化开展的过程中，应该结合实际情况引入数字技术，积极探索个性化服务体系的全面构建。

首先，要坚持主动融合的思想，传统媒体与新媒体要正确定位大数据时代的影响，立足现实发展需求，转变传统被动融合的理念，积极探索数字信息技术的应用，争取能制定主动融合方案，把握数字科技的前沿背景，在主动融合的过程中寻求新理念和新技术的合理化应用，从而探索自媒体语境下媒体融合传播发展的全新道路。

其次，创建融合平台，发挥媒体融合的支撑力量。传统媒体与新媒体的有机融合，不是简单地将媒体信息的传播融合在一起，而是要对大数据时代信息技术的应用进行系统的分析，将数字化服务体系的构建作为基础，探索互联网平台服务模式的构建，从而通过搭建全新的服务平台，使传统媒体与新媒体能够逐渐演变为整体。可以在新媒体语境下赋予传统媒体全新的发展内涵和发展模式，从而发挥媒体平台的支撑作用，为传统媒体与新媒体的有机融合创造良好的条件，提升融合效果。值得一提的是，在创建平台的过程中，结合大数据背景平台应该充分考察媒体的主要实力以及运营特色，特别是对受众需求应选取具有较强吸引力的内容，保障媒体融合方面能实现自身媒介文化塑造功能得到进一步彰显。[7]

最后，开发个性化推送模式，突出服务针对性和有效性。从传统的信息传播转变为新时代的大众传播，特别是在 Web2.0 时代形成并对媒体行业发展产生影响的情况下，大数据技术在媒体领域的应用能对受众的阅读行为轨迹数据进行捕捉和系统的整合分析，并且可以借助对受众既往传播行为智能化的对受众的阅读习惯、个人阅读喜好等做出相应的判断，以此为基础在促进传统媒体与新媒体融合发展的基础上，推送更加精准的内容，为信息传播提供内源性的驱动力，从而提高信息传播的综合效果，最大限度的推动信息传播质量得到进一步优化，全面加快媒体融合发展的整体进程。

3.3 重视品质，开发受众参与的渠道

在对大数据时代背景下传统媒体与新媒体的融合发展进行重新定位的基础上，在实际工作中应该结合产品质量的提升，构建能服务受众参与的专业化信息呈现体系，使媒体领域信息的传播呈现出多元互动的发展态势，取得更好的发展成效。[8]

其一，要对内容的创新性和个性化特征进行系统的挖掘，在大众化信息传播时代，信息是稀缺资源，受众仅仅能够从传统媒体获取主要的信息，受众对信息的获取是被动的，一般不会形成个性化的需求。互联网、大数据时代背景下，传播渠道呈现出多样化、便捷化的发展态势，受众能够随时随地接收信息，这就造成传统媒体信息呈现方式已经无法满足新媒体时代信息传播的需求，如何构建新的传播体系，正确定位大众信息传播模式，成为新时代信息传播工作中需要重点关注的问题。以此为基础，为了能促进新闻信息实现高质量传播的目标，在新的数据化、互联网化传播语境下，就要关注媒体融合基础上信息传播内容的创新性和独特性，确保信息传播内容能产生对受众的较强吸引力，促使受众主动参与到信息获取中，在受众广泛参与的基础上实现对信息的高质量传播，从而提升信息传播的综合发展成效。

其二，发现信息价值，挖掘媒体信息价值。大数据时代背景下，海量的数据信息在平台上传播，造成部分错误的、混乱的信息进入社会大众的生产生活中，对社会大众的生产生活产生了一定的不良影响。在此情况下，传统媒体与新媒体寻求融合发展的过程中，就要重点关注媒体新闻信息传播的优势，主动对新闻报道的信息进行系统的挖掘，对海量新闻信息做出客观准确地判断，在综合开展现场报道、新闻事件深度追踪、新闻观点客观分析的基础上，发现有价值的信息并促进信息的高质量传播，尽量提升新闻信息的综合影响力，从而提高新闻信息传播的综合效果。如此就能发挥传统媒体与新媒体信息传播融合发展的优势，能对新闻事件进行独家报道和深度解读，从而揭示新闻价值和传播新闻价值，有效带动媒体行业新闻传播实现高质量发展的目标。[9]

其三，专业化呈现新闻内容。媒体行业承担着引导社会舆论的重要作用，因此在大数据时代背景下促进传统媒体与新媒体实现融合发展，也应该深刻认识到专业化呈现新闻信息的重要性，确保能在人人都是新闻传播者的时代发挥媒体新闻传播的优势，形成良性舆论引导作用，强化新闻报道的专业机制和导向功能，从而有效减少严肃新闻缺失引发的不良影响，在寻求媒体深度融合的基础上，逐步提高新闻信息传播的综合效果，加快媒体行业的现代化建设发展进程。

结语

综上所述，大数据技术的广泛应用对传统媒体的发展造成了一定的冲击，在广泛应用大数据技术对媒体领域的发展进行创新的基础上，新时期要制定更加科学合理的媒体行业发展方案，构建全新的媒体行业发展规划体系，从而确保能支撑媒体行业的发展。在传统媒体与新媒体融合发展的基础上，加快媒体行业的综合发展进程。在新时代背景下，要重点研究传统媒体与新媒体的融合应用，构建新的媒体融合发展规划体系，制定全新的媒体发展方案，从而使大数据时代背景下媒体行业实现创新发展的目标，为受众群体提供更高质量的媒体行业信息传播服务。媒

参考文献

[1] 黄猛猛，黄瑶．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略 [J]. 西部广播电视，2021（3）：51-53.
[2] 陆军，韩湞湞，高建．媒体融合背景下的传统纸媒和新媒体的发展——以《农民日报》社大数据舆情信息系统为例 [J]. 中国传媒科技，2020（11）：56-58.
[3] 凌云鹏．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展措施 [J]. 新闻研究导刊，2020（14）：247-248.
[4] 周楹．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略研究 [J]. 卫星电视与宽带多媒体，2020（6）：172-173.
[5] 薛倩琳．大数据背景下传统出版与新媒体的融合发展 [J]. 中国传媒科技，2020（3）：50-52.
[6] 唐湘利．探究大数据背景下新媒体和传统媒体的融合发展 [J]. 新闻潮，2020（3）：37-39+45.
[7] 于雷．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展的可行性分析 [J]. 新闻研究导刊，2019（21）：245+247.
[8] 傅小利．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展的策略探析 [J]. 中国传媒科技，2019（10）：43-45.
[9] 靳可．探索大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展之路 [J]. 科技传播，2019（15）：78-79.

作者简介：王跟萍（1974- ），女，甘肃天水，主任记者，编审策划部主任，研究方向：大数据支撑下对传统媒体和新媒体融合发展的探讨。

（责任编辑：胡杨）